Маркетинг

Маркетинг — социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей, как отдельных индивидов, так и общественных групп посредством создания, предложения и обмена товаров и услуг.

Основные функции маркетинга:

- планирование;
- организация;
- координация;
- мотивация;
- контроль.

Цель маркетинга.

Целью современного маркетинга является не продажа товара или услуги любым способом (включая обман покупателя), а удовлетворение потребностей клиентов.
Цель маркетинга — привлекать новых клиентов, обещая им высшую потребительскую ценность, и сохранять старых клиентов, постоянно удовлетворяя их меняющиеся запросы.

Маркетинг — это социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности благодаря созданию товаров, обладающих потребительской ценностью и обмена ими.

- нужда — чувство необходимости удовлетворения основных потребностей
потребности и запросы — специфическая форма удовлетворения человеческих нужд;

- спрос — потребность в определенных товарах, выраженная в способности человека их приобрести;

- товар и услуги;

- удовлетворенность потребителя;

- обмен — акт приобретения некоего желаемого товара на нечто предлагаемое другой стороной;

- сделка;

- рынок.

Основные задачи маркетинга:

- Исследование, анализ и оценка нужд реальных и потенциальных потребителей продукции фирмы в областях, интересующих фирму.
- Маркетинговое обеспечение разработки новых товаров и услуг фирмы.
- Анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов.
- Разработка ценовой политики фирмы.
- Участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики.
- Сбыт продукции и услуг фирмы.
- Коммуникации маркетинга.
- Сервисное обслуживание.
- Формирование ассортиментной политики фирмы.